

А. В. Савицкая*Научный руководитель***С. П. Батура***Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Электронная торговля в современных условиях является быстроразвивающейся и постоянно модернизирующейся моделью ведения бизнеса. В связи с развитием и становлением информационного общества особое внимание уделяется интернет-торговле. При ней основным ресурсом реализации товаров являются интернет-магазины.

Определение интернет-магазина закреплено в Законе «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З, который наряду с «Правилами продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам», утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31, является основополагающим нормативно-правовым актом, регулирующим рыночные отношения, осуществляющиеся через глобальную сеть. Из него следует, что интернет-торговля позволяет реализовывать и приобретать товары без непосредственного контакта с покупателями и (или) поставщиками.

Сейчас Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ) выступает за создание на территории Евразийского экономического союза единого механизма защиты прав потребителей в сфере интернет-торговли. На согласовании в Палате представителей парламента находится Закон «О платежных услугах».

В потребительской кооперации имеется определенный опыт создания коммерческих интернет-ресурсов. По данным Белкоопсоюза, на 1 января 2016 г. в системе работали 3 интернет-магазина. Наиболее качественным интернет ресурсом являлся созданный унитарным предприятием «Гомельская универсальная база» еще в 2013 г. сайт интернет-магазина «Виктория» (www.viktori.by), однако, в связи с реорганизацией Гомельской универсальной базы, работа над данным интернет-магазином не была завершена, что в итоге привело к ликвидации самого сайта.

Еще одной попыткой создать интернет-ресурс коммерческой направленности является интернет-витрина УП «Белкоопвнешторг» Белкоопсоюза (bkvt.by). Однако выложенные фотографии имеют только несколько единиц наименования товаров, а описания минимальны, что не дает полного представления о товаре. Неплохой идеей является создание интернет-ресурса «Королевство меха» (fukkingdom.by). Но в данной интернет-витрине покупатель не сможет с уверенностью выбрать товар, следовательно, этот ресурс можно считать малополезным для потребителей.

На сайте самого Белкоопсоюза (bks.gov.by) представлена информация о доставке кулинарной продукции кафе «Проспект». Однако использование сайта руководящего органа крупной многоотраслевой организации и доменного имени правительственной доменной зоны для организации интернет-торговли является недопустимым. Также у потребительской кооперации имеется еще один интернет-ресурс – сайт сети магазинов «Родны кут» (<http://rodnykut.by>). Этот интернет-ресурс во многом уступает подобным ему ресурсам сети «Евроопт» и «Гиппермол», так как там представлен не полный перечень акционных товаров, а также нет возможности заказа товаров.

Таким образом, в условиях интенсивного развития интернет-технологий и продвижения интернет-торговли потребительская кооперация демонстрирует формальное присутствие в данной нише. Для развития электронной торговли необходимо расширять интернет-торговлю, глубже использовать коммерческие интернет-ресурсы, а также грамотно организовать логистические процессы.